

第十一届中国质量论坛 论文集

Anthology for the 11th China Quality Forum

——名牌与经济发展

Top Brand & Economic Development

国家质量监督检验检疫总局 编
中国工业经济联合会



中国经济出版社
www.economyph.com

第十一届中国质量论坛论文集

——名牌与经济发展

国家质量监督检验检疫总局
中国工业经济联合会 编



中国经济出版社
www.economyph.com

图书在版编目(CIP)数据

第十一届中国质量论坛论文集——名牌与经济发展/国家质量监督检验检疫总局、中国工业经济联合会编. —北京:中国经济出版社,2003.11

ISBN 7-5017-6217-1

I. 第... II. ①国... ②中... III. 企业管理:质量管理—中国—学术会议—文集
IV. F279.23-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 104920 号

出版发行:中国经济出版社(100037·北京市西城区百万庄北街3号)

网 址:WWW.economyph.com

责任编辑:穆 宁

责任印制:石星岳

封面设计:中子画艺术设计

经 销:各地新华书店

承 印:北京市人民文学印刷厂

开 本:787mm×1092mm 1/16 印 张:19 字 数:410千字

版 次:2003年11月第2版 印 次:2003年11月第1次印刷

书 号:ISBN 7-5017-6217-1/F·4998 定 价:80.00元

版板所有 盗版必究 举报电话:68359418 68319282

服务热线:68344225 68353507 68341876 68341879 68353624

中国经济书店:66162744

地 址:西四北大街233号

内 容 提 要

《第十一届中国质量论坛论文集——名牌与经济发展》一书汇集了有关政府部门的领导、经济学专家、名牌理论专家关于发展经济、培育名牌的理论观点，以及国内部分优秀企业培育品牌、争创名牌的经典案例。

也许您的企业正处在培育名牌的过程中，也许您所在的企业已经步入国内知名品牌行列，正在考虑如何让自己的品牌走向世界。三人行，必有我师。本书收集的是国内较高水平的论文，将为读者提供有价值的思考。

本书的编撰背景是：在中共中央宣传部、国家质量监督检验检疫总局、国家发展与改革委员会、中华全国总工会、共青团中央的统一部署下，2003年度全国质量月活动于9月在全国全面展开。作为质量月活动的重要活动之一，由国家质检总局主办，中国工业经济联合会承办，中国质量协会、中国质量万里行促进会协办的第十一届中国质量论坛于9月1日至2日在北京召开。论坛主题为“名牌与经济发展”，力求达到增强企业竞争力，培育中国名牌产品、世界知名品牌，向世界名牌进军企业的目标，同时还邀请政府有关部门的领导、行业协会的领导、国内知名专家学者及知名企业代表在会上演讲，交流经验，互动提高。为了让论坛成果更为广泛地传播，我们决定选择其中有较高理论水平和现实指导意义的优秀论文编辑成书，公开出版发行，使之成为全社会共享的知识财富。

序 言

为贯彻落实党中央、国务院对实施名牌战略的指示精神，宣传、研讨质量、名牌与经济发展的理论，交流中外著名企业的经验，按照 2003 年质量月活动的安排，由国家质检总局主办，中国工业经济联合会承办，中国质量协会、中国质量万里行促进会协办的“第十一届中国质量论坛”于 2003 年 9 月 1 日至 2 日在北京召开。为使“第十一届中国质量论坛”的成果有形化，我们根据有关各方的要求，将本次论坛的论文进行分类汇总，从收到的许多篇论文中挑选出优秀的和有代表性的 61 篇编辑成为《第十一届中国质量论坛论文集——名牌与经济发展》。

品牌的竞争力是一个国家国际竞争力的综合体现，也是民族素质和国家经济实力的象征。面对加入 WTO 的冲击和挑战，中国企业要参与国际竞争，就必须努力提高品牌的国际竞争力。我们要博采众议，取百家之长，探索出一条适合中国品牌的振兴之路。《第十一届中国质量论坛论文集》正是针对我国企业品牌发展的现状，力求能全面反映政府、企业及学术界等对产品质量、对名牌战略、对经济发展的认识。因此，在论文集编排上，根据社会职能的不同将整个论文集分为政府与协会编、专家与学者编、企业与企业家人编三部分，且每一部分都有着广泛的代表性，从政府主管部门到各行业协会，从国内知名大型企业到成长型的中小企业，反映了社会各层面对名牌战略的认识和见解。我们希望本论文集的出版，能够给我们的企业实施名牌战略、争创世界名牌一定的启迪和帮助，使我们的企业不断的完善、提高自己，树立正确的质量意识和名牌意识，提高企业的国际竞争力。

实施名牌战略，争创世界名牌是一项伟大的社会事业，需要政府、社会团体、企业、学术界和新闻界共同努力，高举“三个代表”的重要思想旗帜，万众一心，众志成城，在全社会形成重质量、讲诚信、做品牌、创名牌的风气。只有这样，我们才能真正做到“立民族志气，创世界名牌”，实现中华民族的伟大复兴！

二〇〇三年九月一日

编 辑 委 员 会

- 顾 问:** 李长江 国家质量监督检验检疫总局局长
李传卿 国家质量监督检验检疫总局党组书记
林宗棠 中国工业经济联合会会长
中国名牌战略推进委员会主任
- 主 任:** 王秦平 国家质量监督检验检疫总局副局长
- 副 主 任:** 杜金陵 中国工业经济联合会常务副会长
中国名牌战略推进委员会副主任
于献忠 国家质量监督检验检疫总局质量管理司司长
中国名牌战略推进委员会秘书长
丁玉华 三角集团有限公司董事长
李福成 北京燕京啤酒集团董事长
- 主 编:** 于献忠 (兼)
- 副 主 编:** 惠博阳 国家质量监督检验检疫总局质量管理司副司长
吴敦廉 中国工业经济联合会秘书长
荣剑英 中国工业经济联合会副秘书长
中国名牌战略推进委员会常务副秘书长

编 辑 办 公 室

- 主 任:** 董乐群 国家质量监督检验检疫总局质量管理司质量管理处处长
高家明 中国工业经济联合会名牌推进部主任
中国工经联科技创新名牌培育委员会总干事长
- 副 主 任:** 殷荣武 国家质量监督检验检疫总局质量管理司质量管理处副处长
崔建新 中国工业经济联合会名牌推进部副主任
中国工经联企业工作委员会总干事长
- 成 员:** 郝 淮 马迎贤 姜 新 高 勇 郝 进
李子源 王瑞芳 孟 琪 郭 鹏

目 录

序 言

第一编 政府与协会

- 在中国名牌暨质量兴市表彰大会上的讲话…………… 李长江(1)
- 名牌问题是经济发展的战略问题…………… 李传卿(5)
- 高举“三个代表”重要思想旗帜,质量为纲、
诚信为本,让中国名牌响遍全世界…………… 林宗棠(10)
- 进一步推进名牌战略实施,提高我国经济竞争实力…………… 王秦平(13)
- 大力推进实施国家名牌战略,加快轻工业由大国
到强国的跨越步伐…………… 陈士能(17)
- 西部开发要与质量同行…………… 杨志明(21)
- 推进名牌战略 促进质量提升 加快经济发展…………… 程连昌(25)
- 发挥云南优势 培育名牌产品…………… 程映萱(30)
- 加强政策引导 运用市场机制 着重品牌培育
积极推进名牌战略实施…………… 于献忠(33)
- 实施名牌战略 振兴江苏经济…………… 江苏省质量技术监督局(39)
- 培育名牌 促进经济发展…………… 毕世广 王 忠 贾韶华(43)
- 大力实施品牌战略 促进经济可持续发展…………… 李益智 周坚锋(51)
- 加快提高我国企业国际竞争力,向世界名牌进军…………… 高家明(56)
- “三驾马车”共创中国名牌…………… 李迎丰(61)
- 夯实品牌根基 打造名牌产品…………… 崔建新(66)
- 培育中国中药名牌 提高中药产业的国际竞争力…………… 付晶莹(69)

第二编 专家与学者

- 关于名牌战略的几个问题…………… 艾 丰(75)
- 品牌价值的意义…………… 张承耀(81)
- 品牌是一种文化符号…………… 王新新(87)
- 品牌体验类别及其营销启示…………… 张红明(90)
- 论现代名牌产品与名牌产品的培育…………… 杜 苏(98)

培育中国名牌产品的几个问题·····	夏雅丽(104)
质量控制中的人文理念·····	罗朝能(107)
中国品牌竞争力的八大困局·····	张世贤(114)
如何测度品牌与消费者的关系·····	卢泰宏 周志民(120)
中国企业的品牌发展之路:立足本国、走向世界·····	王新玲(132)

第三编 企业与企业家

提高产品质量 打造世界品牌·····	李留恩(139)
以科技进步为依托 做强做大燕京品牌·····	李福成(144)
以创新求发展 打造世界知名品牌·····	丁玉华(148)
自主研发 自创品牌 自建通路	
向世界著名企业进军·····	宋郑还(154)
扬民族志气 创世界品牌·····	黄凯军(157)
携手同行,迎接挑战,共同描绘中国手机产业的美好明天·····	张太峰(160)
坚持与时俱进 打造强势品牌·····	朱相桂(162)
海尔——以质量创新创世界名牌·····	海尔集团(166)
珠江钢琴的名牌战略与发展·····	珠江钢琴集团(172)
联想,打造卓越的品牌·····	联想集团(179)
质量使张裕品牌强者恒强·····	张裕葡萄酒股份有限公司(182)
打造世界名牌 应对全球竞争·····	万向集团公司(186)
依托名牌战略 迅速做强做大·····	青岛啤酒股份有限公司(191)
继承三百年优秀品牌 构建国际驰名	
中药集团·····	北京同仁堂(集团)有限责任公司(194)
用科技和文化推动品牌的快速发展·····	长沙卷烟厂(200)
实施名牌战略 加快企业发展·····	田文华(205)
万家乐的名牌之路·····	广东万家乐燃气具有限公司(210)
鄂尔多斯全力打造世界名牌·····	王煜华(214)
名牌是企业参与竞争的利器·····	华业顺(217)
“JUDGER 庄吉”品牌的崛起·····	邓淦群(221)
先科品牌成长中的几点体会·····	邹 宇(225)
浅论全面质量管理与企业发展·····	陈小石(228)
创世界名牌是经济发展的必由之路·····	林和狮(232)
质量乃品牌之灵魂·····	钟 青(235)
坚持务实创新 铸造强势品牌·····	程 雪(238)
质量是名牌第一核心竞争力·····	许和春(243)
论品牌竞争的实质·····	天津中新药业集团股份有限公司(248)

关于提高家纺行业核心竞争力的思考·····	钱月宝(253)
贯穿“全球制造”的生命线 ·····	游丽敏(258)
名牌战略与民族啤酒工业发展·····	王 智(263)
坚持发展创新 立志打造精品·····	易时潮(268)
创名牌 促发展·····	林年福(272)
名牌,经济发展的命脉 ·····	王佳丽(276)
内创高新技术 外树名牌形象·····	胡先根(279)
根植佛山成大树·····	新中源陶瓷有限公司(287)

在中国名牌暨质量兴市表彰大会上的讲话

李长江

国家质量监督检验检疫总局局长

在全党兴起学习贯彻“三个代表”重要思想新高潮之际，我们在这里隆重召开中国名牌暨质量兴市表彰大会。这次大会公布了获得2003年中国名牌产品称号的产品名单，并对获得2003年中国名牌产品称号的产品生产企业和2003年全国质量兴市先进市县进行表彰，以推动我国名牌战略的实施和质量兴市工作的深入开展。在此，我代表国家质检总局对这次受到表彰的中国名牌产品生产企业、全国质量兴市先进市县表示热烈的祝贺。借此机会，我就进一步实施名牌战略，推进质量兴市工作，讲几点意见。

一、充分认识实施名牌战略和推进质量兴市工作的重大意义

名牌问题是经济发展的战略问题，中央领导同志历来十分重视。改革开放的总设计师邓小平同志明确指出：“我们应该有自己的拳头产品，创出我们中国自己的名牌，否则就要受人欺负。”江泽民同志也提出“我们的企业就要敢于参与国际市场竞争，在国际市场打响中华民族的优秀名牌”，要“立民族志气、创世界名牌”。党的十六大以来，新一届的党中央、国务院领导同样高度重视、大力支持实施名牌战略工作。今年4、5月间，锦涛总书记、家宝总理、黄菊和吴仪副总理对实施名牌战略作了重要批示。家宝总理批示：“自己的名牌产品和知识产权是企业增强市场竞争力的关键。”黄菊副总理批示：“积极支持，大力推进国家名牌战略，努力在市场竞争中形成一批世界知名品牌。”并明确要求：“请质检总局会同有关部门进一步研究适应社会主义市场经济体制的名牌扶持政策，进一步推进中国名牌战略的实施工作。”

国家质检总局成立后，按照国务院颁布的《质量振兴纲要》的要求，认真贯彻落实党中央、国务院领导的指示精神，成立了中国名牌战略推进委员会，公布了《中国名牌产品管理办法》，开展了中国名牌产品评价工作。同时，通过加大名牌宣传力度，开展质量月活动，积极推动各行业、各地方名牌战略的实施。3年来，共向社会推出57类产品，283家企业生产的333个中国名牌产品。

近年来，推进名牌战略工作得到了各地党委和政府的高度重视。广东、浙江、福建、辽宁、黑龙江、湖南、湖北等省的领导分别对实施名牌战略作了批示，许多地方制定了名牌培育计划，对获得中国名牌产品称号的企业给予重奖，以引导、鼓励更多的企业争创中国名牌。名牌战略的实施，在很大程度上推动了地方经济的发展。名牌兴企、质量兴市已成为地方政府推动区域经济发展的战略选择。以质量振兴为主要内

容的质量兴市活动已在全国范围内广泛开展。截至7月份,全国共有275个市县开展了质量兴市活动。在蓬勃开展的质量兴市活动中涌现出一批先进典型,在全社会起到了很好的示范作用,有效地促进了产品质量的提高和区域经济的发展。

我们应该清醒认识到,改革开放20多年来,虽然我国许多产品的产量已经位居世界前列,总体质量水平有了很大程度的提高,但是产品质量、信誉方面还存在不少问题,产品竞争力还不强,特别是世界公认和具有国际竞争力的品牌还比较少。实施名牌战略,发展中国名牌,争创国际品牌,已成为我国全面建设小康社会一项十分重要而迫切的任务。因此,我们必须进一步提高认识,充分认识实施名牌战略,推动质量兴市的重要意义。

第一,实施名牌战略,推动质量兴市是促进我国经济持续、快速、健康发展的需要。实施名牌战略不仅对提高企业的竞争力和长期发展具有决定性作用,而且对一个地区、一个国家经济的发展具有战略意义。要全面实现建设小康社会的目标,必须有参与世界竞争的品牌,没有名牌的经济是没有竞争力的经济。一个名牌的创立,特别是一个大型企业名牌的崛起,往往可以改变一个企业的面貌,可以带动一个地区经济的发展。发展是执政兴国的第一要务,在全面建设小康社会中,创立一批中国自己的名牌,并发展成为世界名牌,既是增强我国企业及其产品竞争力的需要,也是满足人民日益增长的物质文化的需要。

第二,实施名牌战略,推动质量兴市是调整优化产业结构和产品结构的需要。目前,我国已经形成一批有影响力的品牌,但是由于受到人力、物力、财力的限制,规模不大,市场占有率不高。因此,需要我们以一批能带动经济发展的名牌产品和企业为龙头,形成一批有实力的跨国企业和著名品牌,促进经济结构和产业结构的调整。

第三,实施名牌战略,推动质量兴市是促进地方经济发展的需要。改革开放以来,我国经济取得了突飞猛进的发展,为地方企业上质量、上水平提供了坚实的基础。在这样的经济背景下,地方政府在推进经济增长的过程中必须把质量振兴作为重要战略,要看到总体质量水平是影响地区经济和社会发展的重要因素。因此,积极开展质量兴市工作,进行以提高质量为突破口的再次创业,是提高区域经济质量和竞争力,促进区域经济持续发展的有效途径。

二、抓住机遇,全力推进我国名牌战略和质量兴市工作

企业是实施名牌的主体,是质量兴市的基础。名牌是企业长期的市场竞争中创出来的。因此,企业要在创名牌产品上狠下功夫。今天,在座的企业领导都是各行业的排头兵,你们要起到标兵作用。一定要牢固树立“质量第一”的观念,各位老总要亲自抓质量,把质量作为企业的生命;要把以质取胜的战略落实到生产经营活动的全过程;要坚持技术进步和科学管理一起抓,加快技术创新,加强质量管理,不断提高产品的质量;更要加强品牌建设,扩大名牌产品的市场占有率,争创具有较强竞争能力的世界名牌产品。国家质检总局将认真贯彻党中央、国务院领导的指示,在实施中国名牌战略的基础上,加快培育世界著名品牌,这是实施中国名牌战略的根本目的。

希望获得中国名牌的企业继续努力，使中国名牌走向世界。这项工作请中国名牌推进委员会尽快提出具体实施方案。

各级质检部门在推进名牌战略实施和质量兴市工作中负有重要责任，必须进一步加大工作力度，积极配合地方政府加强对企业争创名牌的指导和服务工作，为政府当好参谋助手。一是要加大从源头抓质量的工作力度，充分发挥质检部门的优势，坚持严格把关与热情服务相结合。二是大力推进名牌战略，促进企业技术创新，不断提高产品的技术水平和质量水平，推动一批骨干企业做强做大。三是深入开展打假治劣活动，保护名牌产品，努力为企业创造公平竞争的市场环境。四是引导和帮助企业加强标准化、计量、认证等基础工作，为企业全面提升整体素质服务。五是在推进质量兴市工作中，主动协助地方政府搞好质量兴市规划和名牌培育规划，采取积极有效的措施，通过坚持不懈的努力，培育一批国家级、乃至世界级的知名品牌，要使中国名牌走向世界，促进我国企业产品市场竞争能力的提高。六是大力开展企业诚信体系的建设。吴仪副总理多次强调要用5年的时间初步建立诚信体系的框架。诚信是企业生存、发展的基础，企业必须诚信于民，企业生产的产品必须让消费者满意放心，各级质检部门在企业诚信体系建设发展中要发挥服务、监督作用。

三、坚持市场评价为基础，加强政府监管，促进名牌产品评价工作健康发展

中国名牌产品评价已经开展了3年，我们要认真总结经验，采取有效措施，进一步完善名牌产品评价方法，积极推进名牌战略。在这里，我想强调四点意见：

一是重申中国名牌产品的推进机制。中国名牌产品要坚持市场评价为基础，企业争创名牌为主体，政府积极推动、引导、监督为保证，用户满意为宗旨的总体推进机制。企业要把功夫花在创名牌上，要在提高核心竞争力、提高产品质量上下功夫。

二是强调中国名牌产品的评价纪律。凡是参与中国名牌产品评价工作的有关机构和人员，尤其是各专业委员会的成员，要严以律己、公正廉洁，秉公办事，严格按照有关规定、程序进行评价，严禁以权谋私，滥用职权，玩忽职守。请广大企业和新闻媒体监督。

三是坚决反对乱评比。中国名牌产品评价的一个原则是不向企业收费，不增加企业的负担。按照《中国名牌产品管理办法》的规定，名牌产品评价只有两类，一类是国家级，一类是省级，除此之外，任何名牌评价评比，都是无效的。乱评比既给企业增加了负担，也扰乱了市场经济秩序。国家质检总局将会同有关部门对乱评比行为进行严厉打击。在此，我也呼吁在座的新闻媒体充分发挥舆论监督作用，对乱评比的行为给予揭露和曝光。

四是加大对名牌产品的监督力度。对取得名牌产品称号的企业要加强监督，促进其不断提高产品质量水平。对发生严重问题和质量事故的，要按程序撤销其名牌产品称号。对信用不良的企业，坚决不允许其产品参与中国名牌产品评价活动。

同志们，实施名牌战略，开展质量兴市任重道远。让我们在以胡锦涛同志为总书记的党中央领导下，高举邓小平理论伟大旗帜，全面贯彻“三个代表”重要思想，与

时俱进，开拓创新，扎实工作，奋发进取，以新的面貌、新的成绩，为全面建设小康社会、推进社会主义现代化建设做出更大的贡献。

名牌问题是经济发展的战略问题

李传卿

国家质量监督检验检疫总局党组书记

今天是2003年全国质量月活动的第一天，今天上午国家质检总局隆重召开大会，对2003年中国名牌产品生产企业进行了表彰。现在召开的“第十一届中国质量论坛”，是今年全国质量月活动的重要内容，会议的主题是“名牌与经济发展”，这是一个很重要的题目。借此机会，我代表此次论坛的主办单位国家质检总局并结合自己的认识和思考讲几点意见。

一、把实施名牌战略作为经济发展的战略问题来抓

党的十六大提出，要“形成一批有实力的跨国企业和著名品牌”，这是具有战略意义的决策和部署。改革开放以来，我国相当一部分产品的产量位居世界前列，但是，产品质量、品牌信誉方面还存在不少问题，我国产品的综合竞争力还不强，特别是世界公认和具有国际竞争力的品牌非常少。我国加入世贸组织以后，国内市场逐步和国际市场接轨，在这场日趋国际化的市场竞争中，我们能否占据有利的位置，关键看我们是否拥有一批有较强竞争力的世界级的拳头产品和名牌企业。实施名牌战略，发展中国名牌，争创国际品牌，已成为我国全面建设小康社会一项十分迫切的任务。

首先，发展中国的名牌产品，是促进我国经济持续快速健康发展的需要。名牌产品不仅对企业的竞争和长期的发展具有重要的意义，而且对一个地区、一个国家经济和社会的发展都具有重要的影响。因此，实施名牌战略和整个国民经济的发展具有紧密的联系，中国要实现全面建设小康社会的目标，必须有参与世界竞争的名牌产品。有的企业家说：“名牌就是命牌”，我看是有道理的。没有名牌的企业是没有竞争力的企业，没有名牌的经济也是没有竞争力的经济。一个名牌的创立，特别是一个大型名牌企业的崛起，往往可以改变一个企业的面貌，可以带动一个地区的经济发展。发展是执政兴国的第一要务，在全面建设小康社会中发展一批中国自己的名牌，争创世界名牌，不仅是增强我国企业和产品竞争力的需要，而且是满足人民日益增长的物质文化需求的需要。因此，名牌问题是经济发展的一个战略问题。

第二，发展中国的名牌产品，是建立社会主义市场经济体制的需要。名牌产品不仅有对资源合理配置的导向作用，同时，也有引导和规范市场的示范作用，市场经济的发展需要名牌产品来引导。有人说：“市场是海、质量是船、名牌是帆”。这个比喻生动说明了名牌与市场的关系。

第三，发展中国的名牌产品，是适应经济全球化，参与国际竞争的需要。邓小平同志早就指出：我们应该有自己的拳头产品，创造出我们中国自己的名牌，否则要受人欺负。国际贸易的竞争已经从价格竞争逐步转向以质量为核心的非价格的竞争，尤其是品牌的竞争。综合世界经济发达国家的经验来看，没有一个不拥有享誉世界的名牌产品。美国是这样、德国是这样，日本也是这样。美国在 90 年代有一个助理国务卿曾说过：中国产品在美国要占领市场，就必须要有自己的名牌产品，但是，现在美国人民的心目中，没有中国的名牌产品。美国大量服装来自中国，但美国人不知道有任何中国的名牌。意思就是说，衣服是中国的，但牌子是别人的。他的这些话非常中肯，也非常耐人寻味。

第四，发展中国的名牌产品，是推动我国产业结构调整，优化产业结构、产品结构、组织结构，深化企业改革的需要。目前，我国已经形成一批比较有名的品牌，但规模不大，市场占有率不高。而另外有一批企业，不仅资源大量闲置，而且产品不适销对路，效益低下。因此在当前，调整经济结构、调整产业结构需要我们以一批能带动经济发展的名牌产品和企业为龙头，组建名牌企业集团，包括外向型跨国公司，形成一批我国名牌企业的巨人。

二、抓住机遇，全力推进我国名牌事业的发展

几年来我们推进名牌战略的实施，已涌现一批名牌产品和名牌企业集团，他们在国内外的市场竞争中，已经显示了较强的竞争优势和示范作用，我国名牌事业的发展已经有了一个良好的开局。新世纪开始的一、二十年是我国经济发展的战略机遇期，也是我们推进质量振兴发展名牌事业的战略机遇期。要抓住这个战略机遇期，推进名牌战略实施，发展中国名牌，创造国际名牌，尽快形成一批有实力的跨国企业和国际著名品牌。当前，尽快形成一批国际品牌有实实在在的机遇。2008 年的北京奥运会、2010 年的上海世博会，都是我们非常难得、值得好好运用的大好时机，关键看我们工作怎么做。我觉得当前应该满怀信心，因为我们有良好的外部环境和有利条件。

其一，党和政府已经把质量工作和创名牌提高到战略高度。党的十六大以后，新一届的党中央、国务院领导非常重视、支持实施名牌战略的工作。今年 4、5 月间，锦涛总书记、家宝总理、黄菊和吴仪副总理对实施名牌战略作了重要的批示。家宝总理的批示是：“自己的名牌产品和知识产权是企业增强市场竞争力的关键。”黄菊副总理的批示是：“积极支持，大力推进国家名牌战略，努力在市场竞争中形成一批世界知名品牌。”并明确要求：“请质检总局会同有关部门进一步研究适应社会主义市场经济体制的名牌扶持政策，进一步推进中国名牌战略的实施工作。”党中央和国务院领导的批示为我们指明了方向。我们将以国务院领导的批示为动力，会同有关部门把这件事办成、办好。

其二，随着社会主义市场经济体制的建立和逐步完善，全社会已经形成重视质量、重视品牌的良好氛围。近年来，推进名牌战略实施工作得到了全国各地的高度重视。广东、浙江、福建、辽宁、黑龙江、湖南、湖北等省的领导分别对实施名牌战略作了

批示，许多地方制定了名牌培育计划和对获得中国名牌产品称号的企业予以重奖的政策，以引导、鼓励更多的企业争创中国名牌产品。许多行业也制定相应的名牌培育和发展规划，各社会团体和新闻单位也都参与宣传和保护名牌的工作，为企业创名牌提供了良好的环境。

第三，我国市场的供给已经从数量型开始向质量型的转变。进入新世纪以来，我国市场商品已经出现了比较明显的供过于求的局面，买方市场日益凸现。随着企业市场竞争环境的变化，竞争形式也正在发生着深刻变化。单纯的价格竞争逐步转向质量竞争。一些企业的产品，由于质量好、信誉高，在市场竞争中逐步站稳了脚跟，赢得了市场。因此，质量和价格的竞争，最终将演变成品牌和信誉的竞争，品牌和信誉成了企业竞争实力的集中体现。品牌竞争的结果，产生了名牌。企业的产品一旦成了名牌，就意味着企业有了市场、利润和发展。因此，买方市场的形成，为提高质量、争创名牌提供了内在动力。

第四，对外开放的总体格局，特别是加入世贸组织，加快了质量工作的国际接轨。国内市场国际化，使得国内企业生产的产品不出国门，就直接接受国际的竞争和挑战。这是提高质量、争创名牌的外部压力。

第五，质量法制建设不断增强。1996年10月颁布的《质量振兴纲要》明确了实施名牌战略；1999年《国务院关于加强产品质量工作若干问题的决定》中明确提出要“形成一批高质量、高档次的名优产品”；2000年新修改的《产品质量法》在明确各级政府在提高产品质量方面的法律责任的同时，强调指出“鼓励企业产品达到并且超过行业标准、国家标准和国际标准”；今年政府工作报告重申“提高产品质量是兴国之之道，也是提高经济效益和竞争力的根本之策”，要求“加快形成主业突出、拥有自主知识产权和知名品牌、国际竞争力强的大公司、大企业集团”。可以说，我国质量工作和名牌战略的实施进入了新的发展时期。机不可失，时不我待，稍纵即逝。我们一定要抓住机遇，决不可丧失机遇。谁对这个问题认识早、谁行动早，谁主动；谁行动得晚，谁被动。对企业是这样，对一个地区一个行业也是这样，对一个国家更是这样。

三、实施名牌战略的基础在企业

名牌是企业创出来的，而不是评出来的。企业要在创名牌产品上狠下功夫，既要在“创”上下功夫，又要在保护名牌产品上奋起自卫。实施名牌战略对企业来讲，应在六项工作上进一步加强。

一是不断发展以名牌优势企业为主体，以名牌产品为龙头的企业集团。充分发挥名牌的规模效益，扩大名牌产品的市场占有率。一方面要有政府的引导和推动，更要有企业根据市场经济规律发展战略的决策。

二是围绕名牌产品组织生产经营活动。强化内部管理，积极探索管理制度和机制的创新，建立科学的企业管理体系，提高企业的整体素质。

三是一定要坚持质量第一。要牢固树立“质量第一”的观念，把质量作为企业和品牌的生命，将以质取胜的经营方针落实到生产经营的全过程。要建立健全并不断完

善企业质量保证体系,大力加强标准化、计量、认证等基础工作,抓好产品售后服务,切实维护名牌产品的信誉。

四是要加快新产品的研发,不断实现技术创新。要高度重视提高名牌产品的技术含量,按国际标准和国外先进标准组织生产,赶超国际先进水平。要不断根据市场的变化,积极开拓新领域,开发新产品,以满足消费者日益增长和丰富多彩的消费需求,增强名牌产品在国内外市场的竞争力。

五是加强名牌产品的宣传力度,不断扩大名牌产品在国内外外的知名度。同时,要增强品牌保护意识和自我保护能力,充分利用法律武器、运用防伪技术,发挥企业自身打击假冒伪劣的主动性。

六是加强诚信建设,强化信用意识,以真诚赢得信誉,以信誉维护品牌,让精益求精、诚信为先的民族精神在实施名牌战略中发扬光大。

四、质检部门要为企业创名牌提供良好的服务,创造良好的环境

质量监督检验检疫部门作为政府综合管理质量工作的职能部门,在促进我国质量总体水平提高和实施名牌发展战略方面负有重要责任。为了积极推进名牌战略的实施,国家质检总局组织成立了中国名牌战略推进委员会,开展了中国名牌产品的评价工作。这项工作得到了政府、企业和社会的广泛认同,有力地促进了企业管理水平和产品质量的提高。为了有效应对我国经济融入经济全球化带来的挑战,国家质检总局要求各级质检部门,以“三个代表”重要思想为指导,切实有效的推进名牌战略的实施,把发展中国名牌,争创国际名牌落到实处。各级质检部门要配合当地政府一方面加强对企业争创名牌的宏观指导和服务,另一方面充分发挥行政执法职能,加大打击假冒伪劣,保护名牌产品的力度,为企业创名牌创造良好的外部环境。

一要主动配合当地政府制定名牌产品发展战略规划,并将规划纳入到政府的国民经济和社会发展规划,按照扶优扶强的原则,通过政策的倾斜,扶持企业争创名牌产品。一些地方政府对企业争创名牌产品的开发、技术改造、生产协调等方面给予很好的政策。比如,协调金融机构对信贷的投向、投量等方面向名牌产品进行倾斜;建立名牌产品发展扶持基金,鼓励和引导企业增强质量投入,不断实施质量改进,提高名牌产品的技术含量等。

二要配合当地政府制定鼓励名牌产品出口的政策。如:厦门市政府对于出口数量大的名牌产品生产企业的法定代表人给予奖励;对名牌产品参加国际展览会的展位费给予补贴;支持名牌产品走出国门,对境外加工贸易项目给予一次性的资金支持。

三要配合政府有关部门在优化企业组织结构中,引导社会资金、生产要素向名牌企业流动,实现社会化资源的优化配置。比如,以政府名义对获得名牌的企业给予表彰和奖励,扩大名牌产品的市场知名度;把名牌产品纳入政府采购目录;扶持名牌产品的生产企业建设技术中心,加大对企业技术创新的支持力度。

四要为企业争创名牌、发展名牌创造一个良好的外部环境。首先要在规范市场行为中发挥作用,全力推进符合市场要求的公平竞争机制;二是适应市场经济的要求,